

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KETEPATAN WAKTU, TARIF PENGIRIMAN, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN J&T EXPRESS

(Studi Kasus pada Pelanggan J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar)

¹Salma Hafizha, ²Abdurrahman, ³Hanifa Sri Nuryani

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa

Email: salmahafizha5@gmail.com

	Abstrak
Diterima Bulan Juli 2019	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar. 2) Pengaruh Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar. 3) Pengaruh Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar. 4) Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar. 5) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, Fasilitas secara simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar. Model yang digunakan dalam analisis data adalah uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS 16.
Diterbitkan Bulan Juli 2019	Data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder dengan pengambilan sampel secara <i>purposive sampling</i> . Hasil Penelitian menunjukkan bahwa 1) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan yang ditunjukkan dengan nilai probabilitas untuk variabel Kualitas Pelayanan ialah sebesar 0.238 dimana nilai ini > 0.05. 2) Ketepatan Waktu berpengaruh positif dan signifikan yang ditunjukkan dengan nilai probabilitas untuk variabel Ketepatan Waktu ialah sebesar 0,05 dimana nilai ini < 0.05. 3) Tarif Pengiriman berpengaruh positif dan signifikan yang ditunjukkan dengan nilai probabilitas untuk variabel Tarif Pengiriman ialah sebesar 0.000 dimana nilai ini < 0.05. 4) Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan yang ditunjukkan dengan nilai probabilitas untuk variabel Fasilitas ialah sebesar 0.019 dimana nilai ini < 0.05. Secara simultan Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, dan Fasilitas mempengaruhi Kepuasan Pelanggan sebesar 45,4%.
Keyword : Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, Fasilitas dan Kepuasan Pelanggan	

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi sekarang ini, perkembangan bisnis yang bergerak di industri pengiriman barang semakin meningkat. Sehingga konsumen memiliki banyak pilihan dalam menggunakan jasa pengiriman yang dapat dipercaya dengan kualitas pelayanan yang baik. Salah satu cara untuk meningkatkan daya saing adalah dengan memberikan pelayanan berkualitas sesuai dengan kepentingan konsumen dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen (Tjiptono, 2012).

Keberadaan penyediaan jasa pengiriman barang memiliki peran yang strategis untuk meningkatkan kinerja arus barang dari dan ke suatu wilayah. Peran utama dari penyedia jasa pengiriman adalah sebagai sarana transportasi

barang dari tempat asal pengiriman menuju tempat tujuan. Peran sebagai sarana transportasi barang ini meliputi pelayanan dalam penyediaan akses transportasi barang baik dalam jarak dekat maupun jarak jauh. Pada bisnis jasa pengiriman barang, produsen dan konsumen harus berinteraksi dengan efektif untuk menciptakan nilai superior selama melakukan pembelian jasa. Secara garis besar manusia ingin memenuhi kebutuhannya dengan baik melalui barang maupun jasa (Kotler & Armstrong, 2013).

Ada beberapa pertimbangan pelayanan yang dapat menciptakan kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang, diantaranya adalah kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif pengiriman, dan fasilitas. J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman yang melayani

pengiriman dan penerimaan barang maupun dokumen dari dan ke berbagai daerah di seluruh Indonesia (J&T Express Sumbawa, 2019).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jasa pengiriman J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar karena dalam jasa pengiriman J&T Express ini terdapat beberapa fenomena, diantaranya ialah: (1) Kualitas Pelayanan, disini adanya kerusakan barang pada saat paket diterima, paket diterima pelanggan dalam keadaan tidak utuh seperti saat awal dikirim. (2) Ketepatan Waktu, ada nya komplain atas keterlambatan pengiriman paket yang melebihi estimasi yang sudah di tentukan. (3) Tarif Pengiriman, biaya pengiriman J&T Express lebih mahal dari ekspedisi yang lain. (4) Fasilitas, fasilitas yang kurang memadai seperti tempat parkir yang sempit, keterbatasan tempat duduk untuk pelanggan, dan ada di beberapa tempat yang kita harus mengambil paket kita langsung di kantor J&T Express nya. (5) Kepuasan Pelanggan, berdasarkan dari kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif pengiriman, dan fasilitas di atas, jika pelanggan senang dan puas dengan pelayanan yang dirasakan maka pelanggan tersebut akan puas dengan jasa pengiriman J&T Express.

Oleh karena itu diperlukan penelitian untuk mengidentifikasi kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif pengiriman, dan fasilitas J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dalam memperebutkan pelanggan yang dihadapkan pada banyak pilihan yang ada . berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul yaitu “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express**” (Studi Kasus pada Pelanggan J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar).

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono, (2014) kualitas pelayanan (*service quality*) adalah berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Harapan pelanggan terdapat tiga macam tipe:

- 1) *Will expectation*, merupakan tingkat kinerja yang diprediksi atau diperkirakan konsumen sewaktu menilai kualitas pelayanan tersebut.
- 2) *Should expectation*, merupakan tingkat kinerja yang dianggap sudah sepatutnya diterima konsumen.
- 3) *Ideal expectation*, merupakan tingkat

kinerja optimum atau terbaik yang diharapkan dapat diterima konsumen.

Ketepatan Waktu

Menurut Handoko, (2010) ketepatan waktu adalah jangka waktu pelanggan memesan produk hingga produk tersebut tiba di pelanggan. Estimasi tiba kedatangan biasanya menjadi patokan para pelanggan untuk mengetahui apakah layanan antar tersebut baik atau tidak. Ada 3 dimensi ketepatan waktu pengiriman yaitu:

- 1) Ketepatan dalam jasa pengiriman barang.
- 2) Ketepatan dalam menentukan harga.
- 3) Ketepatan dalam menentukan waktu.

Tarif Pengiriman

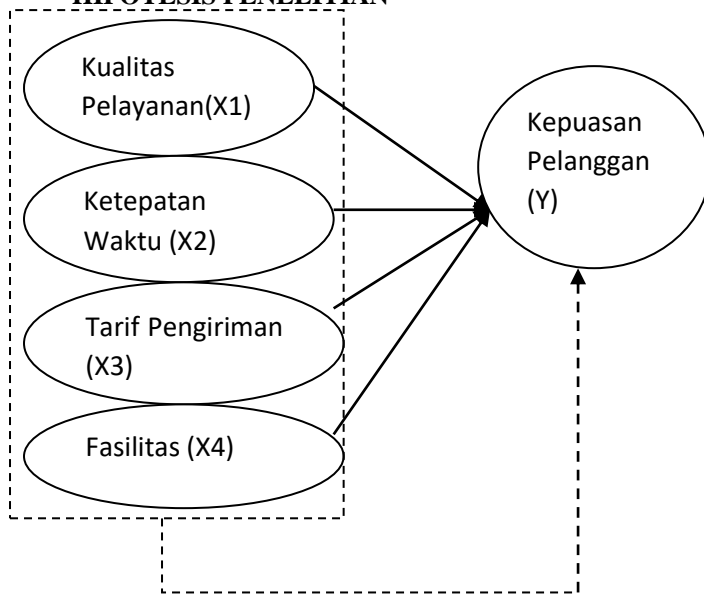
Menurut Kotler & Keller, (2013) mengatakan bahwa tarif pengiriman adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Menurut Tjiptono, (2014) tarif merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, tempat, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya/pengeluaran.

Fasilitas

Menurut Tjiptono & Chandra, (2011) fasilitas merupakan bentuk fisik atau atmosfer yang dibentuk oleh eksterior dan interior yang disediakan perusahaan dalam membangun rasa aman dan nyaman pelanggan. Menurut Tjiptono, (2014) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono, (2014) kepuasan berasal dari bahasa latin “*Satis*” yang berarti cukup baik, memadai dan “*Facto*” yang berarti melakukan atau membuat. Menurut Kotler & Keller, (2013) kepuasan pelanggan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi. Jika performanya kurang dari ekspektasi maka konsumennya akan kecewa dan jika sesuai dengan ekspektasi maka konsumen akan merasa puas diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

KERANGKA KONSEPTUAL DAN
HIPOTESIS PENELITIAN

Keterangan :

—————> : Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial
 -----> : Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan

HIPOTESIS

- H₁: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan pelanggan.
 H₂: Ketepatan Waktu berpengaruh positif terhadap Kepuasan pelanggan.
 H₃: Tarif Pengiriman berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.
 H₄: Fasilitas berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.
 H₅: Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, dan Fasilitas secara simultan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Desain penelitian ini merupakan penelitian survei, yaitu penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, untuk menemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis (Sugiyono, 2015). Populasi dalam penelitian ini yaitu pelanggan J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar pada Tahun 2019. Sampel dari penelitian ini adalah pelanggan minimal sudah 2 kali menggunakan jasa di J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar pada Tahun 2019. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yang dipilih berdasarkan

kriteria-kriteria tertentu.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda dan uji hipotesis. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS 16.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Berdasarkan uji validitas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semua instrumen penelitian ini menghasilkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0,196. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Berdasarkan uji reliabilitas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan (X1), ketepatan waktu (X2), tarif pengiriman (X3), dan fasilitas (X4), serta variabel terikat kepuasan pelanggan (Y) masing-masing memiliki nilai Cronbach Alpha > 0,6. Kondisi ini menunjukkan bahwa seluruh variabel tersebut adalah reliabel dan dapat digunakan pada analisis selanjutnya.

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji *kolmogorov-smirnov* didapatkan hasil signifikansi dari uji normalitas sebesar 0,661 dimana hasil tersebut > dari taraf signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa uji tes normalitas pada penelitian ini terdistribusi normal.

2. Uji Multikolonieritas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dengan nilai *tolerance* 0,583 > 0,10 dan nilai VIF 1,714 < 10, variabel ketepatan waktu (X2) dengan nilai *tolerance* 0,717 > 0,10 dan nilai VIF 1,394 < 10, variabel tarif pengiriman (X3) dengan nilai *tolerance* 0,632 > 0,10 dan nilai VIF 1,583 < 10, dan variabel fasilitas (X4) dengan nilai *tolerance* 0,709 > 0,10 dan nilai VIF 1,414 < 10. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan hasil uji *gelejsjer* di peroleh hasil signifikansi dari variabel bebas yaitu variabel X1 sebesar 0,153, variabel X2 sebesar 0,586, variabel X3 sebesar 0,588, dan variabel X4 sebesar

0,750. Dari semua variabel menunjukkan hasil signifikan di atas 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa dari semua variabel ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda, maka dapat diketahui persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,549 + 0,038x_1 + 0,177x_2 + 0,365x_3 + 0,115x_4 + e$$

Hasil persamaan regresi berganda di atas dapat memberikan pengertian sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 0,549 menunjukkan bahwa ketika nilai variabel independen yaitu variabel kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif pengiriman, dan fasilitas diasumsikan diabaikan, maka nilai kepuasan pelanggan sebesar 0,549.
- Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan bernilai positif yaitu 0,038 menunjukkan apabila nilai kualitas pelayanan mengalami kenaikan satu satuan sementara variabel independen lainnya diasumsikan tetap, maka nilai kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,038 satuan.
- Nilai koefisien regresi variabel ketepatan waktu bernilai positif yaitu 0,177 menunjukkan apabila nilai ketepatan waktu mengalami kenaikan satu satuan sementara variabel independen lainnya diasumsikan tetap, maka nilai kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,177 satuan.
- Nilai koefisien regresi variabel tarif pengiriman bernilai positif yaitu 0,365 menunjukkan apabila nilai tarif pengiriman mengalami kenaikan satu satuan sementara variabel independen lainnya diasumsikan tetap, maka nilai kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,365 satuan.
- Nilai koefisien regresi variabel fasilitas bernilai positif yaitu 0,115 menunjukkan apabila nilai fasilitas mengalami kenaikan satu satuan sementara variabel independen lainnya diasumsikan tetap, maka nilai kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,115 satuan.

Uji Hipotesis

1. Uji t (Uji Parsial)

Hipotesis 1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa nilai thitung variabel kualitas pelayanan sebesar 1,189, dimana thitung < ttabel (1,189 < 1,985) dan nilai signifikansi 0,238 > 0,05, maka H0 diterima dan Ha ditolak, sehingga dapat

disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif tetapi tidak signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Hipotesis 2: Ketepatan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa nilai thitung variabel ketepatan waktu sebesar 1,972, dimana thitung < ttabel (1,972 < 1,985) dan nilai signifikansi 0,05 < 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara ketepatan waktu dengan kepuasan pelanggan.

Hipotesis 3: Tarif pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa nilai thitung variabel tarif pengiriman sebesar 3,736, dimana thitung > ttabel (3,736 > 1,985) dan nilai signifikansi 0,00 < 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara tarif pengiriman dengan kepuasan pelanggan.

Hipotesis 4: Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa nilai thitung variabel fasilitas sebesar 2,395, dimana thitung > ttabel (1,972 > 1,985) dan nilai signifikansi 0,019 < 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara fasilitas dengan kepuasan pelanggan.

2. Uji F (Uji Simultan)

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa nilai Fhitung > Ftabel (19,751 > 2,47) dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama antara kualitas pelayanan (X1), Ketepatan waktu (X2), tarif pengiriman (X3), dan fasilitas (X4) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

3. Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,454. Hasil ini membuktikan bahwa pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif pengiriman, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan sebesar 45,4% dan sisanya 54,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan salah satunya yaitu *marketing mix*.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap ketepatan waktu

Hasil pengujian menunjukkan kualitas pelayanan (X_1) dengan nilai $t_{hitung} 1.189 \leq t_{tabel} 1.985$. Hasil ini mendukung hipotesis bahwa kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan pelanggan. Pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap para pelanggannya maka akan semakin baik juga kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Sebagai pihak yang membeli dan mengonsumsi produk/jasa, pelangganlah yang menilai tingkat kualitas pelayanan suatu perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian telah dibuktikan bahwa dari 14 indikator yang terdapat di kualitas pelayanan berikut ini 3 indikator yang memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan pelanggan yaitu, yang pertama ada indikator jaminan ($X1.8$) yaitu jaminan perlindungan untuk paket yang diasuransikan memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu yang kedua ada indikator jaminan ($X1.7$) yaitu jaminan keamanan dalam pengiriman memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan pelanggan, dan yang ketiga ada indikator reliabilitas ($X1.1$) yaitu petugas melakukan proses pelayanan yang sesuai SOP (Standar Operasional Prosedur) memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan.

J&T Express yang bergerak di bidang jasa pengiriman barang memberikan pelayanan jasa dengan kualitas pelayanan yang baik akan membuat pelanggan untuk menjatuhkan pilihan di J&T Express sebagai jasa pengiriman dari pada jasa pengiriman yang lain. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Maulana (2016) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan

Hasil pengujian yang disajikan pada Tabel 4.10. menunjukkan ketepatan waktu (X_2) dengan nilai $t_{hitung} 1.972 \leq t_{tabel} 1.985$. Hasil ini mendukung hipotesis bahwa ketepatan waktu memengaruhi kepuasan pelanggan. Pengaruh dari ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan hasil analisis menunjukkan bahwa ketepatan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa waktu pengiriman merupakan jangka waktu pelanggan

memesan produk hingga produk tersebut tiba ke pelanggan. Estimasi tiba kedatangan menjadi patokan para pelanggan untuk mengetahui apakah layanan antar tersebut baik atau tidak.

Berdasarkan hasil penelitian telah dibuktikan bahwa dari 3 indikator yang terdapat di ketepatan waktu berikut ini 2 indikator yang memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan pelanggan yaitu, yang pertama indikator $X2.2$ yaitu ketepatan J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar dalam menentukan harga memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan pelanggan. Dan yang kedua ada indikator $X2.1$ yaitu ketepatan J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar dalam melakukan pengiriman barang memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan pelanggan.

Dengan adanya disiplin waktu yang diberikan oleh J&T Express sesuai dengan janji yang diberikan merupakan cara perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga pada kemudian hari pelanggan tersebut mau menggunakan J&T Express kembali. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Aminah, *et al*, (2017) yang menyatakan bahwa ketepatan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh tarif pengiriman terhadap kepuasan pelanggan

Hasil pengujian yang disajikan pada Tabel 4.10. menunjukkan tarif pengiriman (X_3) dengan nilai $t_{hitung} 3.736 \geq t_{tabel} 1.985$. Hasil ini mendukung hipotesis bahwa tarif pengiriman memengaruhi kepuasan pelanggan. Pengaruh dari tarif pengiriman terhadap kepuasan pelanggan hasil analisis menunjukkan bahwa tarif pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian telah dibuktikan bahwa dari 3 indikator yang terdapat di tarif pengiriman berikut ini 2 indikator yang memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan pelanggan yaitu, yang pertama indikator $X3.3$ yaitu tarif pengiriman J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar sesuai dengan manfaat jasa yang dirasakan memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan pelanggan. Dan yang kedua ada indikator $X3.2$ yaitu tarif pengiriman J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar sesuai dengan kualitas jasa yang diterima mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Maulana, (2016) yang menyatakan bahwa tarif pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan

Hasil pengujian yang disajikan pada Tabel 4.10. menunjukkan fasilitas (X_4) dengan nilai $t_{hitung} 2.395 \geq t_{tabel} 1,985$. Hasil ini mendukung hipotesis bahwa fasilitas memengaruhi kepuasan pelanggan. Pengaruh dari fasilitas terhadap kepuasan pelanggan hasil analisis menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian telah dibuktikan bahwa dari 6 indikator yang terdapat di fasilitas berikut ini 3 indikator yang memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan pelanggan yaitu, yang pertama indikator $X_{4.4}$ yaitu penerangan/pencahayaan yang cukup di ruangan memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu yang kedua ada indikator $X_{4.5}$ yaitu ketersediaan papan informasi untuk pelanggan memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan pelanggan. Dan yang ketiga ada indikator $X_{4.1}$ yaitu penggunaan/pewarnaan cat tembok yang tepat memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Srijani dan Hidayar, (2017) yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

5. Pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif pengiriman, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif pengiriman dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam memengaruhi kepuasan pelanggan ada beberapa yang harus diperhatikan oleh sebuah perusahaan, pertama perusahaan harus memberikan pelayanan terbaik kepada para pelanggannya. Kedua untuk perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman ketepatan waktu dalam pengiriman juga harus diberikan yang terbaik kepada pelanggan. Yang ketiga ada tarif pengiriman, perusahaan harus memberikan tarif yang sesuai dengan kualitas yang diterima pelanggan. Dan keempat fasilitas, juga memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan.

Adanya pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif pengiriman, dan fasilitas ini juga didukung dengan hasil R^2 Square pada Koefisien Determinasi

sebesar 45.4% dan sisanya 54.6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian.

PENUTUP

Kesimpulan

1. *Kualitas Pelayanan* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap pelanggannya, maka semakin baik juga kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar.
2. *Ketepatan Waktu* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tepat waktu perusahaan dalam melakukan pengiriman barang terhadap pelanggannya, maka semakin baik juga kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar.
3. *Tarif Pengiriman* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sesuai tarif pengiriman yang diberikan perusahaan terhadap pelanggannya, maka semakin baik juga kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar.
4. *Fasilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik perusahaan dalam memberikan fasilitas fisik yang dirasakan pelanggan, maka semakin baik juga kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar.
5. *Kualitas Pelayanan, ketepatan waktu, tarif pengiriman, dan fasilitas* berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar. Hal ini menunjukkan, apabila peningkatan kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif pengiriman, dan fasilitas secara terus-menerus dan bersama-sama akan memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan.
6. Pada penelitian ini kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif pengiriman, dan fasilitas hanya mampu memengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 45,4%, sedangkan sisanya 54,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian.

Saran

1. Bagi Perusahaan
Diharapkan agar tetap menjaga, mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif pengiriman, dan fasilitas yang selama ini dilakukan.
2. Bagi Penelitian Selanjutnya
Untuk peneliti-peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dan masukan untuk menambah wawasan. Peneliti menyarankan untuk menambah jumlah sampel untuk mendapatkan data yang lebih akurat dan menambahkan variabel *marketing mix* atau variabel lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, A. Z., Poniwati, A., Negoro, B. K. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Go-Jek Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Branchmark*, Vol.3 No.3: Hal 826-837.
- Aminah, Rafani, Y., Hariani. (2017). Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Waktu Pengiriman Barang dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pangkalpinang). *Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis (JIPMB)*. Vol 17, No. 2.
- Apriani, M. (2011). Analisis Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Mereferensikan (Studi Kasus pada Komsumen Jasa Pelayanan Cuci Sepeda Motor dan Mobil Star Clean di Semarang). *Skripsi Universitas Diponegoro Semarang*.
- Apriyadi, D. (2017). Analisis Pengaruh Ketepatan Waktu, Fasilitas, dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api di Stasiun Purwosari. *Magistra*.
- Ariani, D. (2013). Analisis Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Industri Kecil dan Menengah Makanan Olahan Khas Padang Sumatera Barat). *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 10(2), 132-141.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bawono, A. (2006). *Multivariate Analyze dengan SPSS*. Salatiga: Stain Salatiga Press.
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Ba ndung: Satu Nusa.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, H. B. (2010). *Cara Mudah Membangun Blog Toko Online*. Jakarta: Salemba Empat.
- Harini. (2012). *Makro Ekonomi Pengantar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hasan, I. (2003). *Pokok-pokok Materi Statistik 2*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Husein, U. (2009). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Thesis Bisnis. Edisi Kedua*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Irawan, H. (2010). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Cetakan 5*. Jakarta: PT. Elex Media Komputinda.
- Iskandar. (2008). *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Jakarta: Gaung Persada Press.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. & Keller, L. K. (2013). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lisnasari, N., Rudi, A., Pratiwi, D. (2016). Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Waktu dan Tarif Pengiriman Barang atau Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis (JIPMB)*, Vol.13 No.2: Hal 33-41.
- Mardalis. (2009). *Populasi dan Sampel Penelitian*. Retrieved From <http://triatra.wordpress.com>
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi*, Vol.7 No. 2: Hal 113-125.
- Mauludin, Hanif. (2013). *Marketing Research: Panduan Bagi Manajer, Pimpinan Perusahaan Organisasi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Payne, A. (2001). *The Essence Of Service Marketing*. New York: Prentice Hal, Inc.
- Sakti, B.J. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan J&T Express Kota Semarang). *Skripsi Universitas Diponegoro Semarang*.
- Srijani, N., Hidayat, A. S. (2017). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan di Aston Malang Hotel & Conference

- Center. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi WIGA*, Vol. 07 No. 03: Hal 31-38..
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. V. (2015). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tanzeh, A. (2012). *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV. Andi Offise.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan Penelitian. Edisi Pertama*. Yogyakarta: CV. Andi Offise.
- Tjiptono, F., Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: CV. Andi Offise.
- Utami, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Thesis Bisnis. Edisi Kedua*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Wijaya, T. (2009). *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Universitas Atmajaya.
- Wiratma S. (2015). *Metedologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- www.Jet.co.id
- Yunus & Budiyanto. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Narita Hotel Surabaya, Dari Fakultas STIESIA Surabaya.